

Los límites propios de los mercados en la provisión de los bienes y servicios

The limits of markets in the provision of goods and services

Jorge Iván González

Recibido 16 julio 2021 / Enviado para modificación 27 septiembre / Aceptado 18 noviembre 2021

RESUMEN

Se examinan cuatro aproximaciones sobre los procesos y limitaciones de los mercados, y los de no mercado: Smith, Arrow, Becker y Roth. Smith centra la atención en el sentimiento moral de la simpatía, Arrow pone el énfasis en las asimetrías lógicas que se presentan entre la elección individual y la colectiva, Becker busca ampliar el sistema de precios a través de los incentivos y Roth destaca la relevancia de la psicología y de la conducta humana.

JG: Filósofo. M.Sc. Economía.
Ph.D. Economía. Bogotá, Colombia.
jorgeivangonzalez29@gmail.com

Palabras Clave: Mercado; mercados; provisión de bienes; provisión de servicios (fuente: DeCS, BIREME).

ABSTRACT

Four approaches to the processes and limitations of markets, and those of non-market, are examined: Smith, Arrow, Becker and Roth. Smith focuses on the moral feeling of sympathy, Arrow emphasizes the logical asymmetries that arise between individual and collective choice, Becker seeks to expand the price system through incentives, and Roth highlights the relevance of psychology and human behavior.

Key Words: Market; markets; provision of goods; provision of services (source: MeSH, NLM).

En el análisis de la provisión de los bienes y servicios es importante hacer la distinción entre los procesos de mercado y los de no mercado. De diversas maneras la literatura económica siempre ha reconocido las limitaciones intrínsecas de los mercados.

En el análisis se diferencian cuatro aproximaciones analíticas, que corresponden a autores paradigmáticos: Smith, Arrow, Becker y Roth. Estos autores reconocen que el sistema de precios no cubre todas las relaciones económicas. Y plantean caminos alternativos, sin pretender resolver el problema. Se trata de lecturas diferentes de un asunto intrínsecamente insoluble.

Smith centra la atención en el sentimiento moral de la simpatía, Arrow pone el énfasis en las asimetrías lógicas que se presentan entre la elección individual y la colectiva, Becker busca ampliar el sistema de precios a través de los incentivos y Roth destaca la relevancia de la psicología y de la conducta humana.

Adam Smith y los sentimientos morales

Cometen un grave error quienes afirman que Smith (1) absolutizó el mercado. Su célebre frase sobre la “mano invisible” se ha descontextualizado, y se olvida que siempre reconoció que el mercado es incapaz de resolver numerosos problemas.

Smith no ocultó su sorpresa ante las bondades intrínsecas de la división del trabajo. Una de sus grandes virtudes es la cooperación. La división del trabajo permite que

en los espacios donde funciona el mercado, los intereses individuales sean compatibles con el bienestar general. Es el caso del panadero, el zapatero, el herrero. Ninguno de ellos actúa por amor a los demás, pero el resultado final es favorable, tanto para el consumidor como para el productor. Gracias a los precios, el mercado sanciona a los menos eficientes, y se logran mantener niveles de producción y de consumo relativamente aceptables. El mercado es implacable y castiga durísimo al menos capaz.

No obstante, sus bondades, la división del trabajo tiene costos enormes, como el deterioro de las facultades humanas más básicas. El trabajador "... se vuelve tan estúpido e ignorante como pueda volverse una criatura humana". Así mismo, "con el desarrollo de la división del trabajo, el empleo de la mayor parte de quienes viven de su trabajo, es decir, de la mayoría del pueblo, llega a estar limitado a un puñado de operaciones muy simples, con frecuencia sólo a una o dos. Ahora bien, la inteligencia de la mayoría de las personas se conforma necesariamente a través de sus actividades habituales. Un hombre que dedica toda su vida a ejecutar unas pocas operaciones sencillas, cuyos efectos son quizás siempre o casi siempre los mismos, no tiene ocasión de ejercitar su inteligencia o movilizar su inventiva para descubrir formas de eludir dificultades que nunca enfrenta. Por ello pierde naturalmente el hábito de ejercitarlas y en general se vuelve tan estúpido e ignorante como pueda volverse una criatura humana. La torpeza de su mente lo torna no sólo incapaz de disfrutar o soportar una fracción de cualquier conversación racional, sino también de abrigar cualquier sentimiento generoso, noble o tierno, y en consecuencia de formarse un criterio justo incluso sobre muchos de los deberes normales de la vida privada. No puede emitir juicio alguno acerca de los grandes intereses de su país; y salvo que se tomen medidas muy concretas para evitarlo, es igualmente incapaz de defender a su país en la guerra. La uniformidad de su vida estacionaria naturalmente corrompe el coraje de su espíritu, y le hace aborrecer la irregular, incierta y aventurera vida de un soldado. Llega incluso a corromper la actividad de su cuerpo y lo convierte en incapaz de ejercer su fortaleza con vigor y perseverancia en ningún trabajo diferente del habitual. De esta forma, parece que su destreza en su propio oficio es adquirida a expensas de sus virtudes intelectuales, sociales y marciales. Y en cualquier sociedad desarrollada y civilizada este es el cuadro en que los trabajadores pobres, es decir, la gran masa del pueblo, deben necesariamente caer, salvo que el Estado tome medidas para evitarlo" (1). Para compensar este daño profundo, Smith termina invocando, de manera angustiosa, la presencia del Estado.

Pero el punto que vale la pena destacar es el reconocimiento que hace Smith de la inoperancia del mercado y de los precios en sectores como la educación, la salud, la justicia, etc. Los conflictos que se presentan allí no los resuelve el sistema de precios. En tales casos se recurre

al sentimiento moral de la simpatía, que consiste en colocarse, con la mayor imparcialidad posible, en los zapatos de los demás. Este ejercicio moral permite tomar decisiones en aquellos espacios en los que no funcionan los precios. Smith reconoce que cualquier solución es imperfecta, y siempre será objeto de crítica porque el sentimiento moral de cada persona es diferente.

Por la mañana, el panadero y su vecino se saludan con una sonrisa. Ambos están contentos. El vecino consume buen pan, y el panadero incrementa su ganancia. Esta cordialidad se termina por la tarde, cuando asisten a una reunión de padres en el colegio donde estudian sus niños de 7 años. El vecino piensa que al profesor se le debe cancelar el contrato porque su nivel académico es deficiente y no sabe enseñar. El panadero, en cambio, considera que el docente debe continuar en el colegio porque trata muy bien a los niños, y ellos están muy contentos con él. En este debate se enfrentan dos concepciones sobre el buen profesor. Y como cada una de ellas tiene validez intrínseca, no es posible encontrar una solución única. Cualquier salida es subóptima y deja insatisfecho, por lo menos, a uno de los implicados.

Gracias al sentimiento moral, la persona es sensible a la injusticia y se preocupa, incluso, por la situación de quien siente vergüenza de salir a la calle porque no tiene camisa de lino o zapatos de cuero. Así, "una camisa de lino, rigurosamente hablando, no es necesaria para vivir. Los griegos y los romanos vivieron de una manera muy confortable y no conocieron el lino. Pero en nuestros días, en la mayor parte de Europa un honrado jornalero se sonrojaría si tuviera que presentarse en público sin una camisa de aquella clase. Su falta denotaría un grado sumo de miseria, en la que apenas podría incurrir el más mísero, sino a causa de una conducta en extremo disipada. La costumbre ha autorizado, del mismo modo, el uso del calzado de cuero en Inglaterra, como algo necesario para la vida, hasta el extremo de que ninguna persona de uno u otro sexo osaría aparecer en público sin él" (1). Esta simpatía no requiere que las personas sean altruistas. Todos los individuos son en alguna medida egoístas. Se puede ser más o menos egoísta. Aún el evangelio de Mateo, "amad a los demás como a ti mismo", tiene como punto de referencia el amor a sí mismo (2). El mensaje evangélico es menos egoísta, pero, de todas maneras, es egoísta.

La máxima altruista sería "ámate a ti mismo, como amas a los demás". Smith rechaza la pretensión de construir un orden social sobre postulados altruistas, porque sus bases serían muy débiles. Si acaso existen, las personas magnánimas, que actúan movidas solamente por el altruismo, son excepcionales. En lugar de confiar en la magnanimidad, Smith piensa que se avanza de manera más segura si la sociedad se ordena partiendo del egoísmo de las personas.

Y el egoísmo es compatible con las dinámicas del mercado, y con el sentimiento moral. En el mercado el egoísmo puede ser muy elevado, mientras que en el ejercicio de imparcialidad el egoísmo se reduce, pudiendo alcanzar niveles mínimos, como los que exige el llamado evangélico.

En cualquier caso, tanto en los espacios en los que actúa el mercado, como en los que no lo hace, es necesaria la intervención del Estado. Es equivocado afirmar que el Estado solamente actúa cuando hay fallas en los mercados. Primero, porque los mercados siempre fallan. Nunca son perfectos. Y, segundo, porque aun cuando el mercado está muy desarrollado, y la división del trabajo ha adquirido niveles elevados, los individuos se deshumanizan, y este problema sustantivo no lo corrige el mercado.

Kenneth Arrow y los teoremas de imposibilidad

En los trabajos de Arrow se muestran, una y otra vez, las limitaciones intrínsecas del mercado: “El equilibrio de la oferta y la demanda dista mucho de ser perfecto” (3). Tiene una visión amplia de la decisión del individuo. La escogencia entre yucas y papas es irrelevante. Las preferencias de las personas son entre estados del mundo (ser cantante, estudiar electrónica, ser agricultor, casarse, separarse...). Y estas opciones mueven la oferta y la demanda. La complejidad de la dimensión valorativa no puede ser captada por los mercados, ni por la lógica de los precios. Si los individuos escogen entre estados del mundo, los juicios de valor siempre están presentes (4). Desde este enfoque, es inevitable hacerse la pregunta por la compatibilidad entre las elecciones individual y colectiva. Para Arrow es *imposible* encontrar una secuencia lógica que permita pasar de la elección individual a la colectiva. Arrow lleva hasta sus últimas consecuencias el teorema de Condorcet (5), quien puso en evidencia la inconsistencia entre las propiedades lógicas de las elecciones individuales y colectivas.

La situación actual de la sociedad está marcada por las elecciones colectivas anteriores. En el presente la acción de los individuos se realiza en contextos que han sido contruidos por quienes los precedieron. Las instituciones del mercado han sido creadas mediante procesos complejos de elección colectiva.

los individuos. Cualquiera de las alternativas resultante es subóptima, dado que no existe ninguna forma lógica que pueda garantizar la compatibilidad entre las elecciones individuales y la elección colectiva.

No se puede establecer una división tajante entre el mecanismo del mercado y las decisiones políticas. Se alimentan mutuamente. Al decir de Commons (6), somos “personas institucionalizadas”. Se nace en una sociedad que es el resultado de innumerables decisiones individuales y colectivas. Las modalidades que va adquiriendo el

mercado están directamente relacionadas con los valores. No existen precios o mercados que escapen a la dimensión política. Podría decirse, entonces, que los precios son la expresión de decisiones políticas. La definición que propone Mises del mercado explicita la importancia de los valores: “El mercado no es un lugar, una cosa, o una entidad colectiva. El mercado es un proceso que está constituido por la interacción de varios individuos que cooperan bajo la división del trabajo. Las fuerzas que determinan los cambios del mercado son los juicios de valor de los individuos, y las acciones que se derivan de dichos juicios de valor. El estado del mercado en cualquier instante es la estructura de precios. Ello significa que la totalidad de las relaciones de intercambio dependen de la interacción entre quienes desean comprar y quienes desean vender. En su totalidad, el proceso de mercado depende de la acción humana. Cada uno de los fenómenos del mercado está soportado en decisiones específicas de los miembros de la sociedad de mercado” (7).

Los mercados no se pueden entender como relaciones neutras, por fuera de las opciones valorativas de los individuos. Algunos tecnócratas ingenuos leen el modelo de Arrow y Debreu (8) como si fuera la concepción que tienen los autores del funcionamiento del mercado real. Arrow y Debreu aclaran que los supuestos del modelo no tienen nada que ver con el mundo fáctico. Se trata de una construcción lógica (racional y formal) que busca simular las condiciones de existencia y unicidad del equilibrio. Esta construcción imaginaria no pretende ser una representación de los procesos reales del mercado.

Además del reconocimiento del impacto que tienen los juicios de valor en la conformación de los procesos de mercado, Arrow muestra que hay numerosos espacios que no cumplen con las características básicas de los mercados. Uno de ellos es el de los servicios médicos (9). Allí no hay nada comparable a la oferta y demanda de bienes como el automóvil, los patines, las mesas... La relación entre el médico y el paciente escapa a cualquier consideración típica de los procesos de compra y venta. Por consiguiente, se deben buscar nuevas categorías analíticas para entender las decisiones que toman los sujetos en estos aspectos, que están directamente relacionados con la vida y la muerte. Arrow no avanza en una propuesta metodológica precisa. Simplemente muestra que no es posible aplicar las categorías estándar de la oferta y la demanda a los servicios médicos. Invita a reflexionar sobre estas dimensiones con criterios que superen los lineamientos convencionales.

Gary Becker y el rescate de los incentivos

Becker también acepta las limitaciones intrínsecas de los mercados en espacios como la educación, la salud, la justicia, etc. (10). Para lograr que el suministro de estos

servicios se realice de manera adecuada, piensa que se deben hacer explícitas las relaciones costo/beneficio. Y una forma de lograrlo es mediante la definición de los incentivos adecuados. El mercado y los precios continúan siendo el punto de referencia, así que se deben diseñar los mecanismos institucionales que, de alguna forma, se aproximen a la libre elección. Se le debe permitir al paciente que escoja, de tal manera que haya competencia entre los oferentes. A este respecto, la Ley 100 de 1993 es un buen ejemplo de una institucionalidad que pretende crear incentivos en la perspectiva de Becker. Y en el campo de la educación los subsidios a la demanda son un buen instrumento para que el estudiante seleccione la institución que considere más conveniente, y esta posibilidad de escogencia del usuario motiva la competencia entre oferentes.

En la perspectiva de Becker, la política pública debe diseñar los mecanismos para que en estos sectores de no mercado haya incentivos que se aproximen a la lógica de los precios.

A diferencia de Becker, para Arrow hay una ruptura sustantiva entre los mercados de bienes convencionales y los criterios de oferta y demanda de otros bienes, como los servicios de salud y educación. Entre ambos espacios —los del mercado y los de no mercado— no es posible establecer puentes. La brecha es sustantiva. Son dos lógicas diametralmente diferentes, y no admiten el mismo marco analítico: tiene que ser completamente distinto.

Para Becker las imposibilidades de Arrow son excesivas y se pueden resolver. En su opinión, es posible establecer puentes que permitan un acercamiento entre los espacios de no mercado y de mercado. En lugar de plantear una ruptura entre ambos espacios, se deben tejer vínculos con los que se busque introducir dinámicas de mercado en los espacios de no mercado.

En el diseño de los incentivos, continúa Becker, se tienen en cuenta dos criterios básicos: elección y competencia. El ordenamiento institucional tiene que llevar a que el beneficiario escoja, y este proceso de elección se debe expresar en una competencia entre oferentes. En el caso colombiano, la reflexión más sistemática sobre el tema es la de Wiesner (11). Obviamente, estos procedimientos no llenan todas las características propias de los mercados, pero sí logran captar sus virtudes esenciales.

La vía beckeriana ha tenido mucha aceptación, sobre todo entre los tecnócratas, porque piensan que los incentivos adecuados reducen la intervención del Estado, y los recursos públicos pueden ser utilizados de una forma más eficiente.

Alvin Roth y los diseños experimentales

Roth representa bien a un grupo de autores que, reconociendo las limitaciones de los mercados, buscan diseñar

mecanismos que permitan tomar decisiones razonablemente convenientes, en los espacios de no mercado. Para lograr este propósito, recurren a la psicología y a la naturaleza del comportamiento humano (12). Para sistematizar las diversas modalidades del comportamiento humano, se hacen diversas formas de experimentos. “El diseño de un experimento con el fin de comprobar una teoría particular, a menudo obliga al experimentar a focalizarse sobre aspectos específicos de la teoría, dejando de lado otros aspectos que puede ser más naturales en la literatura económica” (12).

La comprensión de la conducta de los individuos tiene dos ventajas. Por un lado, permite mejorar los instrumentos de la política pública y, por el otro, ayuda a entender las razones por las cuales fracasan las políticas.

Se requieren diseños institucionales que permitan resolver problemas complejos, como el mejor pareo (*matching*) entre médicos y hospitales, profesores e instituciones educativas, donantes y receptores de riñones, personas que buscan pareja, etc. Estas decisiones pueden ser apropiadas —nunca serán óptimas— si se logra crear un orden institucional que esté en consonancia con la conducta individual, y con las necesidades de los participantes. La organización de mercados laborales (*job market*), la definición de algoritmos para organizar las jerarquías en el trasplante de riñones, la evaluación de publicaciones a través de árbitros secretos, etc., son ejemplos de mecanismos que permiten llegar a soluciones razonablemente buenas. En estos ejercicios el referente a los precios es muy indirecto.

Roth consolida una línea de reflexión que le da un peso especial a la psicología. Esta alternativa sigue el camino que ya había propuesto Simon (13), Hayek (14) y que se ha consolidado gracias a los trabajos de Kahneman (15), González (16) y Thaler (17).

En el enfoque de Roth se da un salto cualitativo porque su mirada se distancia de cualquier lógica de mercado. El pareo es intrínsecamente difícil porque no hay mediación del sistema de precios. Se requiere, entonces, diseñar otras modalidades de acción, diferentes al mercado, que estén basadas en las interacciones de los sujetos.

Los cuatro autores mencionados (Smith, Arrow, Becker y Roth) reconocen que los precios tienen un margen de acción muy limitado. Y, en cambio, proponen diversas alternativas para responder a los problemas de elección en el espacio de no mercados.

Smith recurre al sentimiento moral de la *simpatía*. El ejercicio de imparcialidad permite que el individuo se coloque en los zapatos de los demás, y a partir de allí su juicio moral puede contribuir a una mejor sociedad.

Para Arrow los individuos escogen entre estados del mundo, y los juicios de valor determinan la elección. Considera importante examinar las relaciones entre

la elección individual y la colectiva. Las opciones entre bienes en el mercado son apenas una consecuencia de la escogencia de un estado del mundo.

Becker tiende puentes entre los espacios de mercado y de no mercado. Busca que el sistema de precios permee, de alguna manera, el espacio de no mercado. Si los incentivos están bien diseñados, se garantizan la competencia y la eficiencia en la oferta de los bienes y servicios.

Y, finalmente, Roth centra la atención en los aspectos psicológicos y en la conducta de los individuos. El diseño institucional es exitoso en la medida en que se capte mejor las características del comportamiento humano ♣

REFERENCIAS

1. Smith A. Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones. Madrid: Alianza; 1994.
2. Smith A. The Theory of Moral Sentiments. New York: Prometheus Books; 2000.
3. Arrow K. El Equilibrio Económico General: Propósito, Técnicas Analíticas, Elección Colectiva. Lectura Nobel, en Los Premios Nobel de Economía 1969-1977. México: Fondo de Cultura Económica; 1978.
4. Arrow K. Social Choice and Individual Values. New York: Wiley; 1963.
5. Condorcet JAN. Essais sur l'Application de l'Analyse à la Probabilité des Décisions Rendues à la Pluralité des Voix. Paris: Vrin; 1972.
6. Commons J. Institutional Economics. Its Place in Political Economy. 2 vol. New Brunswick: Transactions Publishers; 1990.
7. Mises L. La acción humana. tratado de economía (2 vol). Valencia: Fundación Ignacio Villalonga; 1960.
8. Arrow K, Debreu G. Existence of an Equilibrium for a Competitive Economy. *Econometric [Internet]*. 1954 [cited 2021 Jun 16]; 22(3):265-90. <https://stanford.io/3GIJqhX>.
9. Arrow K. La Incertidumbre y el Análisis del Bienestar de las Prestaciones Médicas. *Economía de la Salud*. 1981; 47-60.
10. Becker G. A Treatise on the Family. Cambridge: Harvard University Press; 1998.
11. Gonzalez J. Los Aportes de Eduardo Wiesner al Pensamiento Económico Colombiano. *Economía Institucional [Internet]*. 2006 [cited 2021 Jun 16]; 8(14):17-53. <https://bit.ly/3x8PHzs>.
12. Roth A. On the Early History of Experimental Economics. *Journal of the History of Economic Thought*. 1993; 15:184-209. <https://doi.org/10.1017/S1053837200000936>.
13. Simon H. Administrative Behavior. A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization. New York: Free Press; 1997.
14. Hayek F. The Sensory Order. An Inquiry into the Foundations of Theoretical Psychology. Chicago: University of Chicago Press; 1976.
15. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. New York: Penguin; 2011.
16. González J. Psicología, biología y economía. *Suma de Negocios [Internet]*. 2011 [cited 2021 Jun 16]; 2(2):7-16. <https://bit.ly/3x3V7eJ>.
17. Thaler R. From Cashews to Nudges: The Evolution of Behavioral Economics. Nobel Lecture. Chicago: University of Chicago; 2017.